

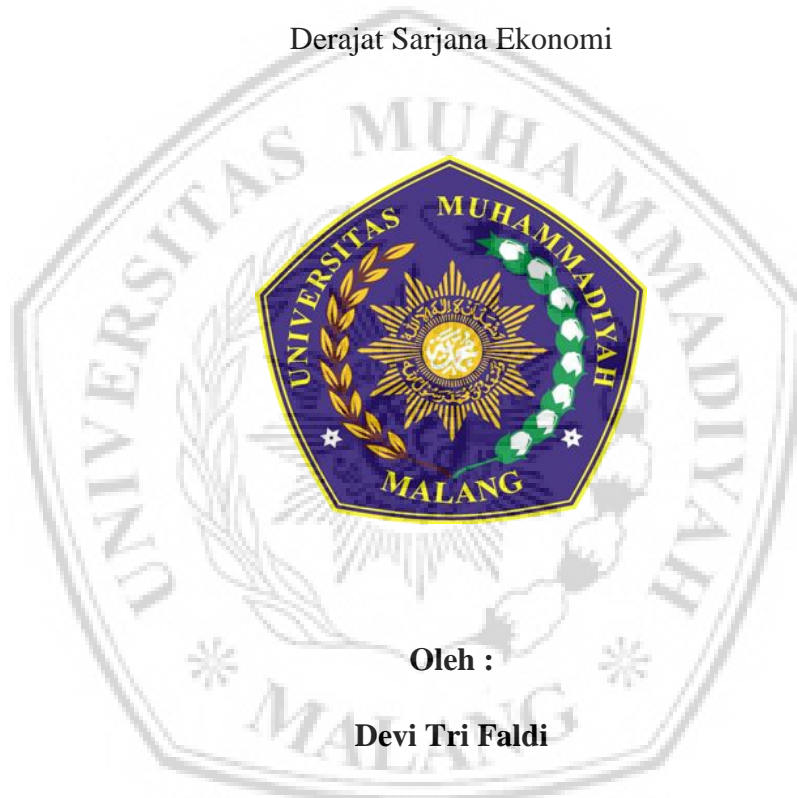
# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP NIAT BELI ULANG**

(Studi Pada Pelanggan Snack Kuping Gajah Cap Kucing UD Rizki Jombang)

## **SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Devi Tri Faldi**

**201510160311142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP NIAT BELI ULANG**

(Studi Pada Pelanggan Snack Kuping Gajah Cap Kucing UD Rizki Jombang)

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Devi Tri Faldi**

**201510160311142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
HARGA DAN LOKASI TERHADAP NIAT BELI ULANG**

**(Studi pada Pelanggan Snack Kuping Gajah Cap Kuring UD Rizki Jombang)**

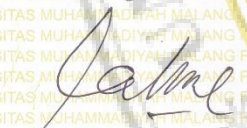
Oleh :

**Devi Tri Faldi**  
**201510160311142**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 18 Mei 2019


Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

  
**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

  
**Dr. Ida Zuhroh, M.M.**

  
**Dr. Marsudi, M.M.**





## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi pada Pelanggan Snack Kuping Gajah Cap Kuring UD Rizki Jombang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Devi Tri Faldi

NIM : 201510160311142

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Mei 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idris Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Devi Tri Faldi

NIM : 2015110160311142

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 31 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Devi Tri Faldi

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah yang telah memberikan kepada peneliti kemudahan dalam proses penulisan skripsi ini, serta peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak bahwa pada akhirnya penulis berhasil menuntaskan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop” Dengan tuntasnya penelitian ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. RD Jatmiko, M.M. selaku pembimbing I dan Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah banyak membantu, membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan penelitian ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Manajemen yang telah membagi dan memberikan pengetahuan yang lebih selama perkuliahan.
6. Ucapan terimakasih secara khusus penulis sampaikan kepada orang tua saya tercinta Amir muslim dan Nurul serta Keluarga besar yang telah memberikan dukungan doa, moril, materil dari awal saya kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teruntuk sahabat saya, Edgar, Niqobul Dan Ardhan yang tidak pernah lelah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teruntuk Dion Dea Clarensa partner yang mendampingi saya dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih telah memberikan doa, motivasi dan dukungan selama ini.

9. Teruntuk Kos G27 Squad Galuvi, Adit, Ilham, dan Vito yang tidak pernah lelah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teruntuk sahabat ngopi Squad saya Zenzanuar, Maulana, dan Trisnanda terimakasih telah memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
11. Terimakasih kepada keluarga Manajemen C 2015 atas Motivasi, kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Teruntuk Sahabat saya Syarif, Yongki dan icha yang tidak pernah lelah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Terimakasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat ditulis sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT. Demikian penulisan skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi khasanah ilmu pengetahuan dan diri penulis sendiri.

Malang, 23 April 2018

Penulis,

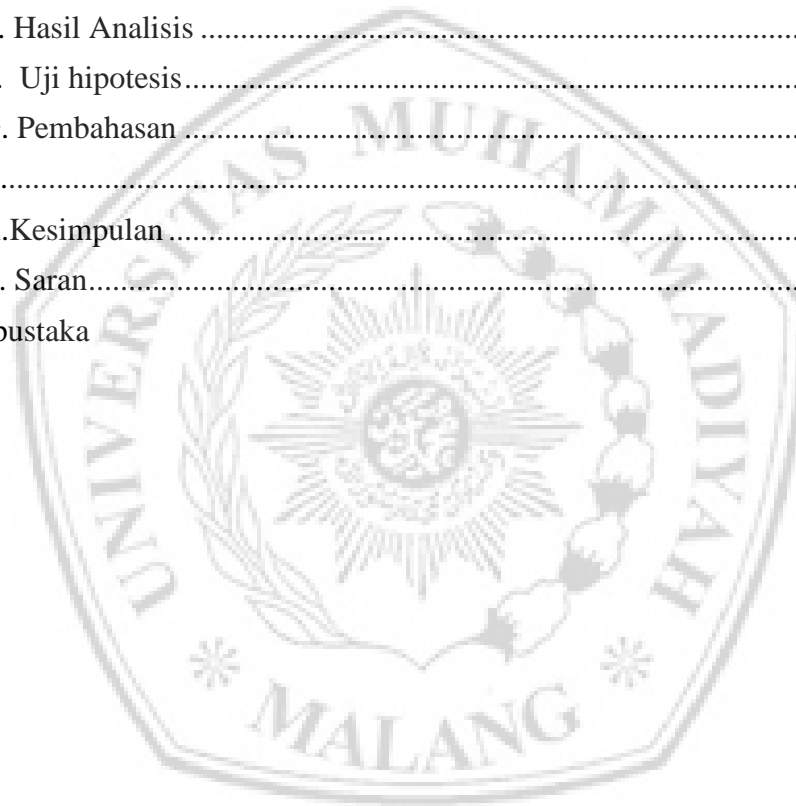
Devi Tri Faldi

## Daftar isi

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar belakang penelitian .....	1
B. Pertanyaan penelitian .....	5
C. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	5
D. Manfaat penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN TEORI .....	7
A. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Niat Beli Ulang .....	7
2. Kualitas Produk .....	10
3. Harga .....	16
4. Lokasi .....	19
B. Kerangka pikir .....	20
C. Hipotesis .....	21
BAB III .....	24
METODE PENELITIAN .....	24
A. Objek Penelitian .....	24
B. Jenis Penelitian .....	24
C. Populasi dan Sampel .....	24
D. Definisi Operasional Variabel .....	25
E. Teknik Skala Pengukuran .....	27
F. Jenis dan Sumber Data .....	27
G. Teknik Pengumpulan Data .....	28
H. Uji Instrumen Penelitian .....	28
I. Uji Asumsi Klasik .....	29



J.Teknik Analisis Data.....	31
K. uji hipotesis .....	33
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A.Karakteristik Responden.....	35
B.Hasil Uji Instrumen.....	37
C.Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian .....	40
D.Uji asumsi klasik.....	48
E. Hasil Analisis .....	51
F. Uji hipotesis.....	53
G. Pembahasan .....	56
Bab V .....	63
A.Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	64
Daftar pustaka .....	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 definisi operasional variabel .....	26
Tabel 2.1 skala likert .....	27
Tabel 3.1 Rentang skala .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Kualitas Produk .....	40
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban harga .....	43
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban lokasi .....	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban niat beli ulang .....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov .....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Glejser .....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas .....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Durbin-Watson .....	50
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	20
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisisioner .....	76
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Responden .....	81
Lampiran 3 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	82
Lampiran 4 Karakteristik Responden Umur .....	82
Lampiran 5 Karakteristik pekerjaan .....	82
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas .....	82
Lampiran 7 Hasil Output Asumsi Klasik .....	85
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	86
Lampiran 9 Tabel F dan Tabel t .....	87



## Daftar pustaka

- Asfarina, Afifah. 2017. "Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Niat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Konsumen Cafe Persib Kota Bandung)
- Aryadhe.2016."Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Toko Buku Gramedia Yogyakarta".
- A.Griffin, Emory. 2003. A First Look At Communication Theory. Fifth Edition. Boston: Mcgraw-Hill.
- Basu,Swastha Dan Irawan.2003. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty: Yogyakarta.
- Buchari Alma, .2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Darmawan, D. 2013. Metode penelitian kuantitatif. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Decidiana Natalia Neno .2016."Pengaruh Nilai Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Sikap Pelanggan Pengguna Smartphone Samsung.
- Doyo.2016."Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Pembalut Wanita.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko.2013. Manajemen; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas, Bpfe Yogyakarta.
- Janantin,R,W.2017. "Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pemeblian Kurma Pada Pt. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.
- Hurriyati .2010."Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Ikan Bakar Cianjur.
- Hasanah 2016."Analisis Efektivitas Iklan Online Gojek Di Kalangan Pengguna Social Media Di Kota Makassar Di Universitas Negeri Makassar.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. and Rickard, J.A. 2003. "Customer Repurchase Intention. A General Structural Equation Model", European Journal of Marketing , Vol. 37 No. 11/12, pp. 1762-1800.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. Operations Management (Manajemen Operasi), ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy, Salemba empat, Jakarta
- Janantin,R,W.2017. "Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pemeblian Kurma Pada Pt. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.



- Kartika Rustamat, Clyopaza; Lestari Andjarwati, Anik. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Niat Beliâ Konsumen Pada Samsung Galaxy Tab Jurnal Ilmu Manajemen (Jim) Vol 1, No 5: Volume 1, Nomor 5, Tahun 2013
- Kotler Dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Kuo,Ming,Deng .2009. The Relationship Among Service Quality,Perceived Value,Customer Statisfaction, And Post Purchase Intention In Mobile Value-Added Service . Computers In Human Behavior 25 (2009)887-896
- Laurensia 2016 2016 faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget deliccy. Jurnal manajemen dan start-up bisnis volume 1, nomor 2,
- Mardhiastina Putra, I Made Satya ; Giantari, I. G. A Ketut.2014. Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Niat Membeli Ulang Sepeda Motor Matic Merek Honda Di Kota Denpasar E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Vol 3, No 10
- Mardalis,A.,2006.â€œMeraih Loyalitas Pelangganâ€œBenefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis 9(2):111-119.
- Mischitelli, V. 2000. Your new restaurant (2nd ed.). Canada: Adams Media Cooperation
- Novita Sari .2015. â€œAnalisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Produk Wardah Di Kota Pontianak. Jurnal Manajemen Update Vol 4, No 2 (2015): Jurnal Mahasiswa Manajemen
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12).
- Pitra. 2014. â€œPengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang (Repurchase Intention) (Studi Pada Pizza Star Hots Di Pontianak)
- Rahim, A., Safin, S. Z., Kheng, L. K., Abas, N., & Ali, S. M. 2016. Factors Influencing Purchasing Intention Of Smartphone Among University Students. *Procedia Economics And Finance*, 37, 245-253.
- Rosvita,2010.â€œ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosroâ€œ.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sari,D.P, 2009.” Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Niat Beli Ulang Konsumen
- Yazia, V. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Jurnal Economica: Research Of Economic And Economic Education*, 2(2), 165-173.
- William J. Stanton. 2004. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang*

UMM

**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal 7/8/2019

KODE

5  
A

Nama

Dan Tri Faldi

NIM

201510160311140

Jurusan

MANAJEMEN

Naskah Publikasi

Lulus

Terjemahan Abstrak

Seleksi



Lembaga Informasi dan Publikasi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang